

1. Закон Республики Беларусь «О рекламе» от 10 мая 2007 г. № 225-3 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.by/>. – Дата доступа: 02.02.2025.

2. Кузнецов, П. А. Социальная реклама. Теория и практика / П. А. Кузнецов. – М. :Юнити-ДАНА, 2010. – 175 с.

Шардаков И.И., студент 512 группы
заочной формы получения образования
Научный руководитель – Рогачёва О.В.,
кандидат педагогических наук, доцент

ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ФОРМИРОВАНИИ ЦИФРОВОЙ ГРАМОТНОСТИ ПОДРОСТКОВ

Цифровизация досуга стала неотъемлемой частью организации и проведения свободного времени подростков. Смартфоны, планшеты, игровые консоли и доступ к сети Интернет дают подросткам возможность выбирать, как провести свободное время. Подростки активно используют Instagram, TikTok, Snapchat, Threads для просмотра, создания интересного контента, а также общения с друзьями. Социальные сети стали для них площадкой для самореализации, где важна обратная связь подписчиков лайки, комментарии, а также перепосты. Можно сказать, что все это не на столько плохо как считают некоторые люди, если цифровые технологии направить в правильное русло.

Юлдашева М.Б. отметила следующее «Цифровизация в сфере культуры предполагает развитие учреждений культуры нового поколения, которые ориентированы на цифровой формат восприятия информации. Развитие

информационных технологий приводит к трансформации в восприятии времени и пространства. Интернет-коммуникации дают возможность приобщиться к важным культурным событиям независимо от местонахождения человека. Цифровые технологии расширяют рекреационные и досуговые возможности, что может отчасти нивелировать социальные разрывы» [2, с. 119]. Можно сказать, что цифровизация досуга расширяет возможности учреждений культуры. Просмотр концертов, виртуальных экскурсий, а также участие в них все это можно реализовать с цифровыми технологиями. Большинство учреждений культуры сегодня имеют не только официальный сайт, но и социальные сети, что позволяет большему охвату потенциальных посетителей, быстром обмену информацией и обратной связью.

Следовательно, логичным считаем использование средств и форм социально-культурной деятельности для формирования цифровой грамотности подростков. Клубные учреждения такие как дома и центры культуры от городских до сельских сегодня является не только местом, где можно посещать клубные формирования и мероприятия, а еще и развиваться в цифровом пространстве. Центр культуры сегодня – это полноценная площадка для реализации различных проектов в том числе и для формирования цифровой грамотности различных групп населения [1].

Для подростков одним из средств формирования цифровой грамотности является проведение мероприятий связанных с использованием цифровых технологий. Это могут быть такие формы как информационно-познавательная познавательная программа, Qr-квесты, мастер-классы, информ-дайджест, геокешинг, конкурс цифровых работ (плакатов, видеороликов, электронной музыки) и многие другие. Любительское творчество является одной из наиболее реальных, совершенных и перспективных форм организации досуга населения. У представителей активной части населения, помимо реализации их из повседневных дел, обычно еще остается время и желание на развитие

непрофессиональных способностей и талантов. В нашем случае формировании своей цифровой грамотности. В соответствии с методическими рекомендациями по обеспечению работы клубных организаций утвержденными 18.04.2023 года Республики Беларусь определены направления деятельности [3]. Для формирования может быть создано любительское объединение (клуб по интересам) научно-технического направления (компьютерной и другой техники). Например, это может быть Клуб по интересам «ИнфоМир».

Наша база исследования – Индурский центр культуры филиал государственного учреждения культуры «Гродненский районный культурно-информационный центр» является современным и конкурентноспособным. Центр культуры представлен на всех цифровых площадках, а также оборудован системой Qr-кодов, где зашифрована вся необходимая информация для посетителей. В самом начале мы столкнулись с рядом проблем. Первой проблемой стало усиление процессов размывания духовной ценности подростков, в следствии которой, изменяется шкала общечеловеческих ценностей – на первое место выходит ценность материальных благ. Решение данной проблемы мы нашли в увеличении количества мероприятий патриотической направленности: автопробег «За Беларусь», митинги, круглые столы, диалоговые площадки – все эти формы направлены на идеологическое воспитание молодежи, так как именно им предстоит строить будущее нашей страны. Вторая проблема – это низкий процент посещаемости мероприятий. Анализируя и делая вывод, мы пришли к тому, что мы на недостаточном уровне рекламируем работу центра культуры. Именно после этого мы начали создавать красочные рекламные рилсы в социальных сетях, сделали эффектными и броскими афиши, благодаря чему, добились увеличения посещаемости мероприятий в два раза. Ну и самой главной проблемой стала зависимость подростков от гаджетов и сети Интернет. Если гаджеты неотъемлемая часть жизни подростков на сегодняшний день, значит стоит их использовать во благо,

для проведения мероприятий. К примеру, мероприятие с формой проведения «викторина» мы заменили на «онлайн-квиз». Суть остается той же – ответы на вопросы определенной тематики, но форма проведения меняется, так как участники делятся на команды и дают ответы по ссылке через свои телефоны. Следующий пример – это «геокешинг», где ребята выполняют задания на различных станциях с помощью расшифровки своими телефонами QR кода. Таким же образом мы проводим и квест-игры. В качестве примера, сюда мы можем отнести и «информ-дайджест», который заменил такую форму как познавательная программа. Ребята на время находят статьи в интернете через телефоны на определенную тему, тут же редактируют и представляют ее участником мероприятия в качестве журналистов.

Каждый человек способен к творчеству, если существует метод индивидуального подхода. Мы не учим, не обучаем, мы развиваем! Здесь мы отмечаем такие формы проведения мероприятий, как «арт-час», «арт-студия», «креатив-лаборатория, где участники занимаются от создания иллюстраций, рисунков на определенную тему, слаймов, до росписи футболок.

Есть одна примечательная особенность у подростков – повышенная социальная активность. Молодые люди активно вступают в жизнь и как бы «примеривают» на себя разные социальные роли. В этом случае мы тоже используем инновационные подходы. Ребята, которые любят примерять на себе разные роли, разные лица предлагаем участие в таких направлениях, как «деловые игры», «онлайн-тимбилдинг» в сервисах Zoom или FaceTime. Это помогает участником стать одной командой и укрепляет роль значимости каждого в коллективе.

При проведении репетиций и концертных программ у подростков есть определенные задания: кто-то отвечает за младших участников, кто-то за занавес, свет, последовательность выхода на сцену. Таким образом, у всех есть

возможность примерить на себя роль «главного» в определенном деле и повышает степень ответственности.

Говоря о современных технологиях, стоит понимать, что ведение социальных сетей является неотъемлемой частью успешной работы. Инстаграм Индурского центра культуры (@ck_indura) был создан в 2019 году с целью рекламы работы клубных формирований, представления анонса проводимых мероприятий, активного привлечения посетителей. В 2020 году в связи с пандемией и введением ограничений в проведении мероприятий в центре культуры, мы запустили проект «КУЛЬТУРА_ В_РЕЖИМЕ_ОНЛАЙН». В рамках проекта все мероприятия проводимые оффлан перешли в режим онлайн вещания. Так мы поняли, что работа в таком формате может быть не менее увлекательной и интересной, а главное более эффективной. Это и есть главный инструмент продвижения наших услуг.

На базе центра культуры также действует музей куклы «Лялька ў карагодзе жыцця» который также оборудован цифровой системой. В музее работает проект «Музей в QR-коде». На каждой экспозиции расположен уникальный квадратный штрихкод. Как это работает? Посетитель подносит свое устройство, считывает QR-код специальным приложением и переходит на сайт музея, где расположена тестовая информация о данной экспозиции. У музея существует действующий сайт, созданный на платформе Google сайтов. На страницах сайта можно найти актуальную информацию об услугах, новости музея, рубрику «Музей в деталях», рубрику «Праздник куклы в фото», виртуальную музейную игротeku и много другой полезной информации.

Подводя итог всего вышесказанного, можно с точностью сказать, что педагогический потенциал социально-культурной деятельности является мощным инструментом в формировании цифровой грамотности подростков из-за своей гибкости, доступности и постоянного развития. Широкое разнообразие форм работ от информационно-дискуссионных форм до развлекательных

позволяет интегрировать свободное время человека в процесс формирования новых знаний. Работа с различными слоями населения, участие в клубных формированиях также делает эту сферу обширной и многогранной.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Учебно-методический комплекс по учебной дисциплине социально-культурная деятельность для специальности 1-23 01 14 Социально-культурная деятельность / Л.И. Козловская [и др.]. – Минск : БГУКИ, 2017. – 310 с.
2. Юлдашева М.Б. Размышления о развитии сферы культуры и досуга в эпоху цифровизации // *Talqin va tadqiqotlar ilmiy-uslubiy jurnali*. 2022. №2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razmyshleniya-o-razvitii-sfery-kultury-i-dosuga-v-epohu-tsifrovizatsii> (дата обращения: 23.12.2024).
3. Методические рекомендации по обеспечению работы клубных организаций / – Минск : Министерство культуры Республики Беларусь, 2023. – 69 с.

Шеймо А.В., студент 116Д группы
очной формы получения образования
Научный руководитель – Бортновский В.В.,
профессор кафедры

КЛАУДИО МОНТЕВЕРДИ КАК РЕФОРМАТОР ЗАПАДНОЕВРОПЕЙСКОГО ИСКУССТВА XVII ВЕКА

Семнадцатый век – один из важнейших этапов в истории европейского общества, в развитии его культуры, который был ознаменован новым научным и